

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah penulis peroleh dalam perancangan ini, *catcalling* merupakan pelecehan seksual yang masih dianggap remeh dan termasuk ke dalam *ordinary interruptions*. Padahal, berdasarkan data kuesioner yang telah penulis lakukan, 88% perempuan pernah mengalami *catcalling* dan mayoritas tempat terjadinya *catcalling* atau pelecehan adalah pada transportasi umum. Oleh karena itu, penulis memberikan solusi berupa kampanye sosial edukasi tentang *catcalling* di transportasi umum, untuk memberikan *awareness* dan edukasi kepada masyarakat.

Perancangan kampanye ini dilakukan dengan mengikuti Model Kampanye Ostergaard, yaitu melakukan analisis masalah dengan pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif, kemudian menyusun tujuan, melakukan identifikasi dan segmentasi sasaran yaitu kepada para remaja laki-laki berusia 17-21 tahun di DKI Jakarta dengan SES B-C yang mulai mencari identitas diri dan seksualnya, kemudian penulis melanjutkan dengan menentukan pesan yang dilakukan melalui *mindmapping* sehingga mendapatkan *big idea* dan *tone of voice* kampanye berupa cara penyampaian pesan yang sesuai dengan target audiens, yaitu dengan menambahkan humor satir, kemudian dilanjutkan pada proses perancangan visual. Penulis kemudian menentukan strategi dan taktik yaitu dengan menggunakan strategi AISAS sebagai dasar pendekatan kampanye dan perancangan konten serta rencana media. Kemudian penulis melakukan alokasi waktu dan sumber daya

yang kemudian diakhiri dengan tahap terakhir yaitu melakukan evaluasi dan tujuan dari setiap desain dan media yang diaplikasikan pada setiap tahapan AISAS.

5.2. Saran

Berdasarkan pengalaman dalam merancang Tugas Akhir ini, penulis dapat memberikan saran bagi pembaca untuk memilih topik atau tema perancangan sesuai dengan yang diminati atau dipahami agar mempermudah proses perancangan, terutama dalam pencarian data. Sehingga dapat menghasilkan solusi yang maksimal dan efektif. Selain itu, penulis juga menyarankan untuk dapat terus terbuka dalam menerima kritik dan saran dari perspektif yang berbeda-beda, sehingga dapat menghasilkan perancangan yang baik. Terakhir, penulis memberi saran untuk melakukan desain sesuai dengan target audiens, agar solusi dapat tersampaikan dengan efektif, baik dari segi pesan maupun visual.